

ORVAR LÖFGREN

Máshol föld*

A nyár elkerülhetetlenül láthatóvá válik télen. Januárban olyan végigsétálni egy üdülőhelyen, mintha egy idegen kultúra régészeti feltárását látnánk. Télen én vagyok a part menti táj egyetlen lakója. Szabadon járok-kelek az elhagyott házak között, átgázolok a gyepen, bekukkantok az ablakokon.

A csupasz bokrok és a kopott téli fű könyörtelenül kiemeli a nyár dércsípte maradóit: elvesztett játékok, teniszlabdák, Martinis üveg kupakja, kifakult konfetti a szezonvégi partikból. Ahogy benézek a verandák ablakain, a nyaralás hibernált kellékeit látom: grillsütők, krokett ütők, szandálok és szalmakalapok. A fürdőszobaablakok párkányain megfakult műanyag flakonokban kenőcsök, naptejek, rovarriasztók, napozás utáni krémek. A sívár téli fényben ez az elhagyatott nyaralókultúra igen egzotikusnak tetszik. A végletes hedonizmus híveinek különös törzse élt itt, az örömkereső élet pusztá nyomait hagyva hátra.

Svédország nyugati partján sétálok, de ugyanígy barangolhatnék az Atlanti-óceán túlpartjának üdülő szellemvárosaiban is, Maine-ben vagy Észak-Karolinában. Csendes, lakóiktól megfosztott tájak ezek. A helyi lakosokat jórészt ellehetetlenítettek, bár néhányuk gondnokként vagy a személyzet tagjaként dolgozik a rövid, de annál intenzívebb főszezonban, a hosszú elő- és utószezon idején. Ez az elhagyatottság egyértelműen hangsúlyozza a nyaralólét tárgyakhoz kötöttségét: az összes kellék és anyag csendesesen várja vidám tulajdonosai visszatérését.

Másképp tekintve azonban ez a táj egyáltalán nem elhagyatott, hanem ábrándokkal, elképzelésekkel és fantáziával benépesített – döbbenetes mennyiségű „gondolat-táj” kapcsolódik ide. A nyaralók, visszatérve városi otthonaikba újra és újra felidéznek az elmúlt nyarakat, tervezgetnek és álmodoznak az elkövetkezőkről. A napilapok utazási rovatai csordulásig vannak az eljövendő nyaralások képzeteivel, s megígérnek mindent, ami egy varázslatos utazási csomagba befér: bevezetést a „mértéktelenség művészetébe”, „hamisítatlanul eredeti élményt”, tökéletes kalandot, felejthetetlen nyaralást, elszökést és menekülési útvonalakat.

Ezzel egyidejűleg, ahogy a konkrét fizikai terepen vagy fantázia- és médiavilágokban mozgunk, nyaralótájakat alkotunk. Személyes emlékek keverednek kollektív képzetekkel. A kilátás lent a parton, a kis házikó a mező szélén, a naplemente a sziklák mögött – mind olyan képek, melyeket legalább két évszázadnyi turistatörténelem határol körül, csomagol, népszerűsít és formál. A romok és relikviák a nyaralás történetének korábbi szakaszaiból szembeötlők, még abban a városban is, ahol ezeket a sorokat írom. Santa Cruz összefoglalja a kaliforniai nyaralás történetét. 1866-ban azért gyűltek össze a városlakók itt a tengerparton, hogy megcsodálják azt az új emberfajt, amelyet turistának neveznek, ahogy partra száll a San Franciscóból érkező gőzössel. Ezek az utazók a napjainkban a Csendes-óceán Nápolyának nevezett helyet jöttek megnézni. Mások, akik ezt az egyre terjeszkedő tengerparti nyaralóhelyet szerették volna népszerűsíteni, a görög szigetvilághoz hasonlították, ahol „Szapphó szeretett és énekelt”. Úszómedencét építettek közel a parthoz és pár dollárért a turisták úszásórákat vehettek a sekély vízben vagy az öbölbe ömlő folyóban.

* A fordítás a következő kiadás alapján készült: Introduction – Löfgren, Orvar: *On Holiday. A History of Vacationing*. Berkeley: University of California Press, 1999. 1–10.

A hegyeken átkelő és a parton haladó vasútvonal biztosította a szükséges lépést a további fejlődéshez. 1888-ban egy utazó úgy jellemezte a hegyi átkelést, mint „egy légi útvonal az erdőkön keresztül az óceánhoz.” A San Franciscó-iak és a tengertől távolabbi területeken lakók parti nyaralókat kezdtek építeni. Már az 1870-es években egy „teljesen angol stílusú üdülőtelep” épült ki a Capitola közelében fekvő parton. Mára a legtöbb üdülőtelepet magába olvasztotta a terjeszkedő város. A turistákat nemcsak a tengerpart, hanem a vörösfenyő erdők is vonzották, amelyet az „amerikai Svájc”-ként – nagyszerű kempingezési lehetőség! – reklámoztak. A századforduló környékén nyaranta százezer látogató érkezett a városba.

A tengerparton található a deszkázott sétány – az utolsó, ami még megmaradt a part mentén –, amelyet 1907-ben nyitottak meg egy kaszinóval és a „Kontinens Legpompásabb Uszodájával”. Ennek a gigantikus beltéri úszómedencének volt egy napozóterasa is cserepes pálmákkal és több száz öltözőkabinnal, valamint vízi istenek, istennők és kerubok gipsz szobraival. Ma a kaszinó játékgépek és lézercsaták süketítő áradatának ad otthont, a régi medence pedig minigolf pálya lett. Az út túloldalán lévő hatalmas parkoló jelzi az egykor népszerű tengerparti hotel, a Casa del Rey helyét, melyet spanyol stílusban építettek és 1911-ben nyitottak meg a hozzákapcsolódó kétszáz parti üdülőházzal. Akkoriban az volt az új szlogen, hogy „Látogasd meg az amerikai Riviérát!” Az 1950-es években a szállodát nyugdíjas otthonná alakították, majd az 1989-es földrengés után lebontották. Ma a parti üdülőtelep a város egyik problémás területe, amelyről a turistákat igyekeznek távol tartani.

A parti sétánnyal párhuzamosan futottak a régi vágányok, amelyeken 1931-ben érkezett az első Napfürdő Járat San Franciscóból, jelezve, hogy a kaliforniai partok a napimádát új korszakába léptek. A régi Sea Beach Hotel telkénél áll a Dream Inn, melyet 1963-ban építettek, a modern kaliforniai szálloda klasszikus példjaként. Ebben az időszakban a kaliforniai álom exportcikkeknek számított, és a szörfözés úttörői, akik előtt a közeli Szörfmúzeum tiszteleg, rövidesen világmozgalommá váltak, nem kis részben a Beach Boys-nak köszönhetően.

A Santa Cruz-i turizmus története jól példázza a helyi és a nemzetközi állandó összekapcsolódását, valamint a turisták és a piaci stratégiák, képzetek, ikonok, fantáziák és turista technológiák egyenletes be- és kiáramlását is. Ugyanakkor a város arra is emlékeztet, hogy a turisták különböznek egymástól. Fent, az egykori sétálóutcán a látogatók galériákat és könyvesboltokat keresgélnek, cappuccinót és sushit fogyasztanak, míg lent a parti sétányon sör és hamburger kapható. A világítótoronynál a szörfösök ütik fel a sátrukat, míg a kirándulók és hegyi biciklisták a Santa Cruz-i hegyekben túráznak. Santa Cruz tehát sokféle nyaralótájt rejt, melyeket nem is annyira a fizikai, mint inkább a kulturális tér határol el egymástól: az eltérő ízlés és érdeklődés, a látogatók különböző gondolati kerete és változó tekintete.

A nyaralóhelyek jelenthetik a szabadság tereit, elszabadulást a munkától, gondoktól, szabályoktól és kötelezettségektől. De e fesztelen külső valójában számos íratlan szabályt rejt. A nyaralás képességének hosszú története van, és minden egyes nyaralótájhoz elvárásokat és elképzeléseket, valamint megszokott rutinokat és szokásokat társítunk.

Megtanulni turistának lenni

„Mi a turista?” – tette fel a kérdést a svéd író Carl Jonas Love Almqvist egy párizsi újság cikksorozatában 1840-ben. Abban az időben a „turista” még mindig egy új fogalom volt, amelyet Nagy-Britanniából importáltak, és amelyet jó adag kíváncsiság övezett. Mi a turista, hogyan válik valaki turistává? A fogyasztás egy új módja volt kialakulóban, amely

azon az elképzelésen alapult, hogy jó kiszakadni otthonról és a munkából, új élményeket, örömeket és kikapcsolódást keresve.

150 évvel később a turizmus az emberi fogyasztás igen nagy és gyorsan növekvő részét teszi ki az északi féltekén. Rengeteg pénzt, időt és érzelmi energiát szánunk a nyaralásra, ugyanakkor nem gondolunk arra, hogy ezek a tevékenységek alapozzák meg a világ legnagyobb iparágát. Ami otthonról való elvágódásként indult a friss levegőért, pihenésért és semmittevésért – gyakran a fogyasztás-ellenesség egy formájaként –, az lassan a termelés színhelyévé intézményesült, amely hotelágyakat, lélegzetelállító látványosságokat, közlekedési rendszereket, ingyencségeket és szuveníreket biztosít. Talán néhány nap könnyed gondtalansága a tengerparton vagy egy túra a vadonban az, ami elfeledteti velünk azt a hatalmas infrastruktúrát, amely elengedhetetlenül szükséges ahhoz, hogy ilyen pillanatokat tudjon sorozatban biztosítani. Az elmúlt néhány évtized növekedési aránya megdöbbentő. Az 1990-es évek közepén a teljes munkaerő körülbelül 7 százaléka, közel 230 millió ember dolgozott a turizmusban, évente mintegy 600 millió turistaérkezéssel és 3,4 milliárd dolláros pénzforgalommal. Hosszú ideig ez a növekedés a nyugati világban és az északi féltekén koncentrálódott, de a 20. század végéhez közeledve új tömegturisztikai célpontok és új turistacsoportok jöttek létre a föld minden pontján. Az amerikaiak és németek után a japánok költenek a legtöbbet a piacon, és olyan országokban, mint India, az egyre gyarapodó középosztály egy gyorsan növekvő milliós nagyságrendű piacot jelent a nemzetközi turizmus számára. Turisztikai szervezetek jóslatai szerint 2020-ra a világon élő 7,8 milliárd emberből 1,6 milliárd fog külföldre utazni. A gyors növekedési ütem nem csupán új nyaralócsomagokat produkál, hanem új, jöllehet egyenlőtlenül eloszló vagyongyarapodást is, valamint új környezeti és társadalmi problémákat vet fel.

A 18. század végétől a turizmusipar egyre jelentősebb mértékben járult hozzá a termelés és fogyasztás új formáinak kialakításához. Létrehozta a hedonizmus gyártelepeit: egy nagyszerű hétvége, egy felejthetetlen esemény, egyhetes családi szórakozás, egy izgalmas kaland – áruk, amelyek súlyos szimbolikus jelentéssel terheltek.

A „turizmusipar” fogalma sok különböző szereplőt takar: a bombayi buszsofőrt, aki hétvégeken kirándulni viszi a helyieket; a helyi engedéllyel rendelkező idegenvezetőt, aki sétákat kínál Marakesen át; a globális szállodaláncot, amely állandóan új tengerparti ingatlanokra vadászik; a nyugágykölcsonzót Mallorcán; a nemzetközi légitársaságot; a thai bártulajdonost, aki italt és prostituáltakat kínál Pattayaban; a kiadót, amely útikönyvekre specializálódott; a szomáliai vándorárúsokat, akik az olasz strandokon próbálnak megélni; a helikopterpilótát, aki városnéző repüléseket kínál Hawaiiban; a befektetőket, akik a tőkét mozgatják egyik helyről a másikra; bevándorló munkások hadait, akik mindent elvállalnak egy szállodában a szennyes mosásától a mosogatásig.

A turizmuskutatás jelentős iparrá nőtte ki magát, interdiszciplináris kutatások rengetegévé vált. Szaktudománnyá fejlődött, ami nem mindig szerencsés. Szakosodott turizmuskutatók gyakran érzik szükségét, hogy legitimálják a saját, látszólag haszontalan témájukat, rámutatva annak gazdasági és társadalmi jelentőségére. A turizmus azonban bizonyára túl összetett téma ahhoz, hogy a „turizmuskutatás” keretei közé szűkítsük. Éveken keresztül a legérdekesebb munkák olyan szerzők tollából születtek, akik ezen a területen pusztán felfedezéseket tesznek, hogy általánosabb megértésre jussanak a modern világ törvényszerűségeivel kapcsolatban.

A jelen kötet igyekszik bemutatni, hogy a nyaralás miként vált a modern élet ilyen fontos részévé. Megpróbálja feltárni, hogyan kezdték a turisták új módon szemlélni a tájat, értelmezni a helykövetelést és helyfoglalást, új élmények és megértések után kutatva. A nyaralást a kultúra laboratóriumának tekintem, ahol az emberek kipróbálhatják identitásuk, társadalmi kapcsolataik vagy a természethez fűződő kapcsolatuk új mintáit, ahogy azt

is, hogy miként használják az álmodozás és gondolatbeli utazás fontos kulturális képességeit. Íme egy küzdőtér, ahol a képzelet számottevő társadalmi gyakorlattá válik.

A turistaálmok uralják az év maradék 50 hetét is, amikor nem nyaralunk. Mivel a nyaralást a másság, a hétköznapiból való kiszabadulás szempontjából határozzuk meg, hétköznapi életünk és feszültségeink részleteit teszi láthatóbbá. A nyaralás marad életünk egyik megvalósítható utópiaja. Mint utópikus ideák, hatalmas kulturális energiát vonzanak, de egyúttal frusztrációt és kiábrándulást is.

Könyvem a jelen régészeti feltáráására tesz kísérletet. Két évszázadot tár fel a modern turistaélmények és -fogékonyság kialakulásának időszakából. A turizmus történetét sokféleképpen lehet megírni, és a lehetséges narratívák közül néhány könnyen evolúciós vagy devolúciós csapdába eshet, mint például „a Grand Tourtól az Európát naponta 5 dollárért ígérő utakig” című, és ezek lineáris tárgyalási módja kiszoríthat vagy marginalizálhat bizonyos turista élményeket. A történelmi perspektívát az elemzés eszközeként használok a jelen problematizálásában, összehasonlítva a nyaralás különböző korszakait és színtereit. Hogyan sajátítottuk el a képességet arra, hogy befogadjunk egy látványosságot, hogyan piknikezzünk a strandon, vagy készítsünk fotóalbumot a nyaralásról? Miközben azt tanuljuk, hogyan legyünk turisták, egy hatalmas csomagot cipelünk magunkkal régebbi korokból, gyakran meglehetősen öntudatlanul.

Éppen ezért érdemes megvizsgálnunk néhány helyzetet, ahol a turizmus új formái bukkannak fel: amint az első Riviéra hotel megnyílik a nyári szezonra; amint a Niagara vízesés először lesz a nászutasok célpontja, vagy amint az autós kempingezés újszerű élménye megjelenik. Egy új jelenség kialakulását gyakran kíséri bizonytalanság, egyfajta nyitottság, amelyet a rutin hamarosan elzár, megszokottá és közönségessé téve az élményt. Milyen egy üdülőhely? Milyen a nagyszerű látvány? Milyen egy délután a strandon?

A múlt és jelen közötti feszültségek fontos szerepet játszanak a turistaiparban, amely a megrögzött hagyománytisztelet és az újdonságok állandó keresésének különös keverékére épít: új látványosságok és új élmények. Egy üdülőhely marketingjének nagy része, akárcsak egy turisztikai program megszervezése, azon kulturális mintákon alapszik, amelyek már a 18–19. század folyamán kialakultak. Az ipar újra és újra feltalálja magát, az állandó változékonyság és kitartó megbízhatatlanság különös kettőssége jellemzi, amelyben új célpontok, látványosságok és szabadidős programok bukkannak fel, míg régiéik válnak idejétmülttá. Olyan új fogalmak és trendek, mint a poszt-turizmus, az „eseménymenedzsment”, az öko-turizmus vagy az örökségipar egy hosszabb történeti perspektívában mindössze ingadozásokká válhatnak egy meglehetősen stabil szerkezetben. Sok szemléletmód, amely a posztmodern turizmusdiskurzusban kifejezésre jut, nyilvánvalóan ahistorikus.

Egy másik feszültség, amely a nyaralások világában meghatározó jelentőségű, a helyi, a nemzeti és a nemzetközi összefüggéseikhez kapcsolódik. A turizmus gyakran a globalizáció végső formájaként tűnik fel, standardizált iparágként, amelyben bármely üdülés bárhol alapvetően ugyanúgy nézne ki, amennyiben megtalálható ott néhány pálmafa és egy csipetnyi homokos tengerpart. A turizmus mindig is a termelés egy nemzetközi formája volt. Turisztikai bizottságok és utazásszervezők szabadon kölcsönöznek elemeket, átlépve nemzeti határokon még azon próbálkozások esetében is, amelyek egy helyi profilú egyedi specialitással igyekeznek fejleszteni vagy reklámozni a turizmust, mint például Santa Cruz esetében. Éppen ez az, amiért a turizmus történetének tanulmányozása segíti a globális lokalizáció hosszú távú folyamatainak feltárását. A turistaipar jól példázza azon módokat, amelyekben a kulturális megkülönböztetés az étvágygerjesztő, egzotikus másság általános elfogadott marketingjéből fakad.

Ugyanakkor fontos látnunk, hogy a standardizált marketing nem feltétlenül egységesíti a turistákat. A tömegturizmus turistaélményeiről szóló tanulmányok gyakran redukálják

vagy figyelmen kívül hagyják az utazási élmények egyediségét: két nyaralás sohasem lehet teljesen egyforma. A tömegturizmusról szóló diskurzus sokszor abba a hibába esik, hogy a társas utak esetében előre gyártott élményekről beszél, és összekapcsol két évszázadnyi jól bevált sztereotípiát, amelyek szembeállítják „az igaz utazót” a *turistus vulgarisszal*.

E két ok miatt e kötet időben és térben is nagy utat tesz meg, ugyanakkor nem törekszem globális megközelítésre. Néhány európai és észak-amerikai üdülő-világ kialakulásának összehasonlítására szűkítem vizsgálatomat, bár, ahogy a könyv egy későbbi részében erre rámutatok, sok eszmény és gyakorlat, amely e helyszíneken született meg, ma már valójában globális. Turista módjára, bizonyos kulturális jelenségeket fogok követni, mivel azok különféle térben, időben és társadalmi helyzetekben kerülnek átvételre és jönnek létre, a francia Riviérától Yosemite-ig. Saját kutatásom nagy része (csakúgy, mint saját turista életem nagy része) a skandináv és mediterrán nyaralásokra koncentrál, ami azt jelenti, hogy az ettől eltérő helyekről származó anyag feldolgozása során nagymértékben támaszkodom a turizmus gazdag irodalmára.

Még egy ok adódik erre az összehasonlító megközelítésre. A gyakran emlegetett Turista Úr és Turista Asszony elnevezések alábecsülik a turistalét és a turistává válás nagyon is különböző módjait. A turizmuskutatás az egymástól igen eltérő turistaélményeket gyakran egy kalap alá véve „a Turista Élmény”-ről beszél. Ez az esetek többségében a nyaralókat könnyű prédának és a manipuláció öntudatlan áldozatainak tekinti, akiket charter buszokba terelnek, és nevezetességről nevezetességre szállítanak. Az is előfordul, hogy a kutatás egy meglehetősen egydimenziójú variációját adja a turista életnek, mely „a turista-látás” megalkotására koncentrál. A turisták csupa szemmé válnak, test (és olykor agy) nélküli lényekké. Én az üdülés egy szélesebb spektrumára koncentrálok, kiemelve a turista élet hétköznapi gyakorlatait és rutinjait: egy nap a strandon, naplemente, túra a vadonban, autós családi nyaralás.

Könyvem három részből áll. Az első kettő polaritást tár fel, melyet a francia szociológus Jean-Didier Urbain a turista világ Phileas Foggjainak és Robinson Crusoe-inak feszültségeként értelmez. A legtöbb turisztikai kutatás Phileas Fogg maszkulin és középosztálybeli mintájára koncentrál – a buzgó és sietős turistára, aki újabb és újabb nevezetességek után kutat. Urbain azonban felhívja a figyelmünket egy másik fontos tradícióra, melynek irodalmi modellje a robinsoni vágy arra, hogy „kiszabaduljunk innen” – hogy rátaláljuk a világ egy érintetlen sarkára, ahol kikapcsolódhatunk, és felépíthetünk egy alternatív életet. Ugyanakkor az utazó Foggok és Robinsonok élete a turistaélmény egy más aspektusára is rávilágít. Ahhoz, hogy a turizmus évszázados narratíváiban feltárjuk a társadalmi rétegződés szerepét, rá kell világítani a folyamatra, melynek során a bőbeszédű és állandó különbözőségtevő középosztályok a nyaralás normáit meghatározták, másokat kirekesztve, illetve mások élményeit marginalizálva.

Az első rész „Tájékozódás és gondolatutazás” az utazás és városnézés mikrofizikájával foglalkozik, és megvizsgálja, hogyan tanuljuk meg élvezni a nevezetességeket, hogyan hozzuk mozgásba testünket és agyunkat, valamint hogyan alkotunk nyaralóélményeket. Feltárja a turista élmények néhány alap aspektusát, elsősorban a Phileas Fogg-i hagyományra koncentrálva.

A második rész „Kiszabadulások” címmel feltárja, hogyan születik meg bennünk a robinsoni vágy, hogy máshol földet keressünk. Elsőként a nyári „üdülőkultúra” kialakulását elemzem Skandináviában és Észak-Amerikában. Majd megvizsgálom, hogyan vált a Dél-Európába irányuló Grand Tour a mediterrán naphoz és partokhoz vezetett társas utak tömegturizmusává, amely később modelljévé alakulhat a pálmákkal és fehér homokkal díszített, örökké napfényes turistaparadicsom utáni globális vándorlásnak.

A harmadik rész „A lokális és a globális között” címmel bemutatja, hogy a turizmus egyszerre szabályozott és újra meg újra átalakuló az elképzelések, kellékek és utazók állandó nemzetközi áramlásában. Első két fejezete a globális tengerparti strand megalkotását, valamint az üdülésélményt vizsgálja, míg az utolsó fejezet a turisták legkedveltebb szabadidős tevékenységét – más turisták figyelését – tárgyalja, végül pedig feltárja, hogyan alakította a turizmus a modern világot a 18. századi úttörőktől a 20. század végi hajókörutak utasaiig.

Fordította: **Pusztai Varga Ildikó**